

Заякин С.В.,
г. Екатеринбург

СЕТИ ГОСТЕПРИИМСТВА – НОВАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ ПРАКТИКАХ РОССИЯН

В статье представлены результаты социологического исследования затрагивающего тему сетей гостеприимства – социально-культурного явления, совсем недавно появившегося в социальных практиках жителей нашей страны, и ещё совсем не изученное социальной наукой. Во многих странах сети гостеприимства играют значимую роль наряду с коммерческим гостеприимством, особенно когда требуется одновременно разместить большое количество туристов, пребывающих на какое-либо событие. В нашей стране они пока только начинают делать первые шаги и пользуются ими, в основном, потребители-новаторы.

В начале уточним, что же такое «сеть гостеприимства». Сеть гостеприимства – это сообщество людей из разных городов и стран, в рамках которых люди приглашают друг друга в гости. Как правило, речь идёт о кратковременной остановке на несколько дней. В мире существуют сотни проектов и клубов, занимающихся организацией обменов бесплатно, или за членские сборы, установленные для участников [1, с.228-230, с.238-240]. Членами клубов являются мобильные люди, для которых подобная практика позволяет погрузиться в настоящую, а не предназначенную для туристов действительность другой страны. Данные сети обмена гостеприимством создаются собственными силами индивидов и общностей и являются супраструктурами – «надстройками над традиционными общественными институтами, создаваемыми, когда те перестают отвечать ожиданиям потребителей» [2, с.58]. В случае гостеприимства, супраструктуры начали создаваться как альтернатива традиционному

институту коммерческого гостеприимства в середине 20 века. Этот процесс изначально был связан с активным развитием гостиничных сетей (таких как Ramada, Park inn, Step1 inn, Super 8 и др.) с их стандартизированным продуктом, лишённым индивидуальных черт, национального колорита, межличностных отношений.

Сильнейшим драйвером развития практик социального обмана в сфере путешествий и гостеприимства стало создание социальных Интернет-площадок, таких как CouchSurfing (крупнейшая площадка объединяющая 7 миллионов людей в 100 тыс. городах по всему миру) [3], Hospitality Club [4], BeWelcome [5], Place to stay [6], Flat jump [7] – где каждый зарегистрировавшийся пользователь может найти себе ночлег или пригласить в гости к себе. Помимо общедоступных сетей существует ряд узкоспециализированных, например, для велосипедистов (Warm Showers [8]), эсперантоговорящих людей (Pasporta Servo [9]), для женщин (Welcome Women World Wide [10]), для представителей сексуальных меньшинств (Lesbian&Gay Hospitality Exchange International [11]) и другие сети, удовлетворяющие запросы специфичных общностей людей, игнорируемые традиционными институтами, функционирующими в области гостеприимства.

Целью нашего исследования было выявить уровень осведомлённости о сетях гостеприимства среди россиян, их отношения к ним, возможный опыт взаимодействия в рамках данных общественных структур и его оценка.

Нами был размещён On-line опрос на сайте SurveyMonkey.com (доступен по электронному адресу <http://www.surveymonkey.com/s/8S2WSW9>). Активная фаза опроса была проведена с 7 по 25 октября 2013 года. Мы анализируем данные, полученные за этот период, так как в настоящее время опрос всё ещё активен и любой желающий может принять в нём участие.

За анализируемый период в опросе приняло участие 255 респондентов, среди них 74 мужчины и 146 женщин (35 человек воздержались от ответа). Свой возраст так же указали не все респонденты (34 человека возраст не указали), но, несмотря на это, более 70% ответивших мы можем отнести к такой социально-демографической группе как молодёжь, то есть лицам в возрасте от 18 до 30 лет. От некоторых респондентов были получены развёрнутые ответы, цитаты из которых мы используем в качестве иллюстраций.

Все опрошенные являются пользователями сети Интернет и это немаловажно, так как среди групп населения не пользующихся Всемирной паутиной и не учувствовавших в опросе данные ответы могут быть, да и, скорее всего, будут, совсем другими. Это подкрепляется тем фактом, что именно Интернет основным каналом распространения информации о сетях гостеприимства, так же механизмом поиска и включения людей в сети. Это подтверждает ответ одной из участниц опроса, которая в момент его проведения как раз использовала услуги сети гостеприимства и находилась в Таиланде: «Я думаю, что сети гостеприимства на данный момент в России не очень популярны и мало кто о них знает, но постепенно знание о подобных вариантах размещения благодаря Интернет-ресурсам и сарафанному радио, я, например, узнала от своего стоматолога и от сестры, то есть из двух разных источников об одном и том же об одном популярном в других странах сайте, будет набирать обороты» (Екатерина, 25 лет).

О существовании интересующего нас социального феномена - сетях гостеприимства знают 42% опрошенных, 27,4% ответивших о существовании сетей не знают и им они не интересны, а 30,6% - не знают, но хотели бы узнать о них. Перед началом опроса мы и не предполагали, что уровень осведомленности будет таким высоким, или же если о сетях и будут знать, то в основном молодёжь. Исследование же показало, что о существовании сетей

осведомлены респонденты во всех возрастных группах опрошенных (рисунок 1).

Одна из респондентов рассказала, что: «впервые поехала через клуб в 2005 году во Францию и Италию, а до этого тоже был опыт обменов через преподавательскую систему, так что было не страшно. Бесплатными сетями не пробовала пользоваться, но еще когда не был развит Интернет, то к нам приезжал один американец и рассказал про каталог People to People. Мы тогда тоже туда свое объявление поместили, ездить, не ездили, а письма получали — люди интересовались нашей жизнью» (Татьяна, 50 лет).

Мы видим, что если уровень осведомлённости не очень высокий (20-25%), то мы наблюдаем высокий уровень интереса к данному феномену и желание опрошенных узнать о нём больше. Число тех, кто не знает и не хочет знать о данном феномене, во всех возрастных группах, не превышает четверти опрошенных, за исключением группы в возрасте 41-45 лет, где этот показатель равен 40%.

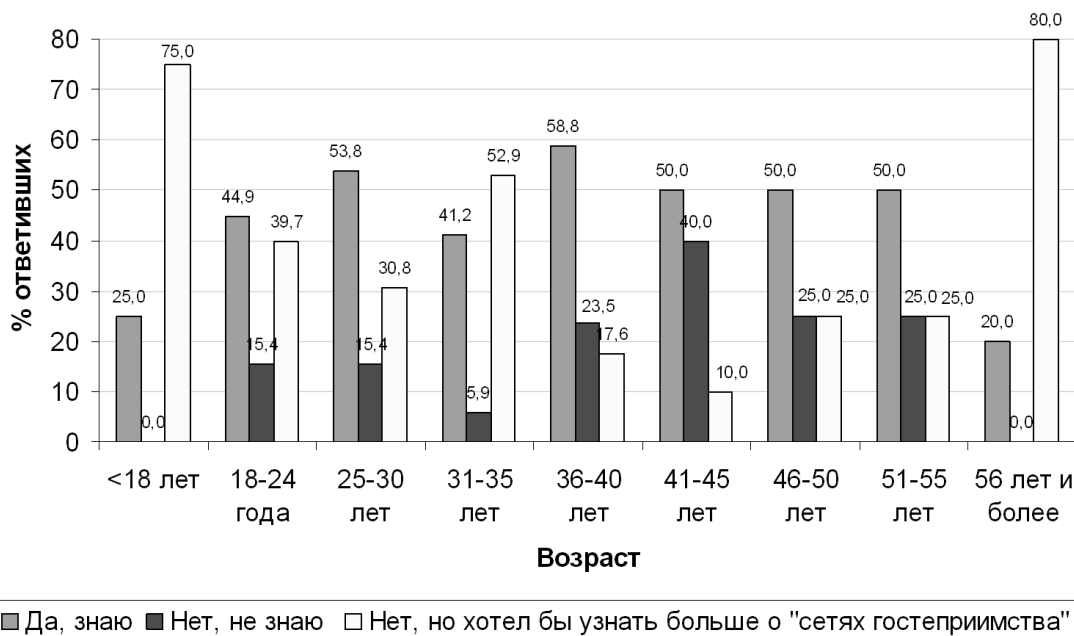


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Знаете ли Вы о существовании “сетей гостеприимства”?» среди разных возрастных групп респондентов

Услугами сетей среди респондентов пользовались всего лишь 7,8% опрошенных. При этом 2/3 ответивших утвердительно составили женщины в возрасте от 18 до 30 лет. Мы же предполагали, что к услугам «сетей гостеприимства» чаще всего прибегают мужчины, в связи с высокой долей неопределенности и риска, которые несут в себе данные практики.

Среди тех, кто использовал потенциал «сетей гостеприимства» 29,4% останавливались у кого-либо в гостях, 17,6% принимали у себя гостей сами, а 53% испробовали варианта использования сетей. При этом женщины более склонны приглашать к себе гостей, а мужчины наоборот – сами останавливаться у кого-нибудь в гостях.

Свой опыт взаимодействия в рамках «сетей гостеприимства» 48% опрошенных, пользовавшихся их услугами, оценили на «отлично», 28% на «хорошо» и отметили, что есть к чему стремиться. Остальные ответы распределились поровну (по 8%) между вариантами «удовлетворительно», «плохо» и, как бы это удручающе не звучало, «ужасно» - то есть в 24% случаев использования, респонденты остались недовольны полученным опытом.

Среди тех, кто уже имеет опыт использования «сетей гостеприимства» повторно воспользоваться ими хотят 94%, а оставшиеся 6% - затруднились с ответом. Даже отрицательный опыт предыдущего использования не отвернул людей идеи лежащей в основе функционирования сетей. Среди респондентов, ранее не пользовавшихся услугами сетей, возможность их использования в будущем положительно оценили – 37,8%, отрицательно – 44,7%, затруднились ответить – 12,4%.

Столь большое число респондентов, давших отрицательный ответ на предыдущий вопрос, среди ранее не пользовавшихся сетями, объясняется тем, что данные респонденты и далее сделали акцент на факторах отталкивающих их от использования «сетей гостеприимства», а не на

положительных сторонах данной социальной практики. Рассмотрим как отрицательные, так и положительные стороны.

Основная причина отталкивающие людей от использования «сетей гостеприимства» это боязнь гостить у незнакомых людей или пускать незнакомцев к себе домой (50,9 % ответов респондентов). Женщины, как и следовало ожидать, назвали эту причину чаще мужчин (79% против 43%). Вслед за заботой о безопасности следуют ответы, связанные с комфортным пребыванием. Респонденты отрицательно относятся к необходимости согласовывать режим своего пребывания с принимающей стороной (50,6%) и вероятному отсутствию удобного спального места, вероятность сна на не удобном диване или на полу в спальном мешке (20,1%), а так же ряду других причин:

1. необходимость оформление визы (что по сути дела прямого отношения к сетям не имеет);
2. возможная личная неприязнь к человеку, принимающему или приезжающему в гости;
3. вторжение в приватное пространство незнакомого человека: «Сейчас у меня появилась семья и я стараюсь к гостям подходить вдумчиво, а до этого был период наваждения – вписывал всех подряд... Лично я предпочитаю, чтобы ко мне приезжали не меньше, чем на 5 дней, – иначе как успеешь узнать человека?» (Дмитрий).
4. возможность непредвиденного изменения обстоятельств, которые могут сделать приём гостя невозможным (неожиданная командировка, болезнь);
5. незнание английского или иного иностранного языка («А тормозит развитие, мне кажется, отсутствие знания иностранного языка, в основном то сдают иностранцы и сайты соответственно англоязычные» (Екатерина, 25 лет));

6. опасность мошенничества («Вот кстати многие боятся именно того, что кинут с деньгами...» но и это решается техническими средствами «...просто списывается данная сумма по заселению. Для нас это большой плюс, мы за безопасность» (Екатерина, 25 лет));

7. собственную стеснительность и страх перед неопределенностью («Многие боятся, что не организован, например, трансфер туда и обратно, что, кстати, многие, сдающие жилье, имеют возможность предоставить, боятся сами что-то узнать и придумать» «Люди мыслят стереотипами» (Екатерина, 25 лет) и ищут готовые туристические продукты);

8. Стеснённые жилищные условия, хотя и не всегда это играет решающую роль: «Постоянно принимаю у себя гостей, подружилась с Джоан из Франции, ей так у нас понравилось, что она приехала второй раз. Сначала я по-английски хорошо не говорила, а сейчас болтаю на любые темы. Я живу с мамой и братом, из них никто против гостей не возражает. Что меня очень устраивает» (Наталья, 25 лет, журналист).

Среди привлекательных сторон использования сетей респонденты отметили:

1. возможность встретить интересных людей, единомышленников - 58,5% ответов респондентов;

2. возможность познакомиться с бытом местных жителей «изнутри» - 56,8%;

3. возможность сэкономить на жилье - 52,8% («Очень гибкая ценовая политика, цена, указанная на сайте может не являться окончательной, при разговоре с хозяином жилья или агентом, например, по скайпу, цену можно снизить. Здесь играют роль разные факторы вплоть до личной симпатии» (Екатерина, 25 лет)).

4. возможность получить поддержку со стороны местных членов сети – информационная поддержка, встреча/проводы, помощь в непредвиденных ситуациях - 52,3% («Огромный плюс, на всем протяжении путешествия,

проживания в другой стране, человек, который сдает вам свое жилье, будь он агент или хозяин всегда с вами на связи, в любой момент вы можете узнать у него необходимую информацию, что очень полезно в чужой стране» (Екатерина, 25 лет));

5. и в связи с тем, что большинство таких сетей интернациональные, то путешественник имеет возможность практиковаться в изучении иностранных языков - 44,9%. «Я с января 2009 года путешествую по Азии, тут в гости приглашают в основном англоговорящие и небедные люди, а подвозят даже те, кто не говорит по-английски. С помощью таких путешествий я могу не только посмотреть, как живут люди, но и получить полную картину мира» (Мария, 24 года).

Таким образом, мы видим, что лица, ищущие ночлег через «сети гостеприимства», заинтересованы не только в получении крова над головой бесплатно (или почти бесплатно), а в большей степени в возможности изучения быта, языка и нравов страны пребывания. В перспективе, сети могут рассматриваться как механизм межкультурного обмена и глобальной коммуникации, существующие и развивающиеся параллельно официальным (программы межгосударственного культурного обмена, международные учебные программы, познавательный и образовательный туризм). Сами сети декларируют в своих миссиях создание мира «без предрассудков и расизма», развитие толерантности и взаимопонимания «знакома и объединяя людей разных национальностей и культур - путешественников и аборигенов, гостей и хозяев» [4], «создание вдохновляющего опыта» - активизировать межкультурный обмен и общение людей в дружеской неформальной обстановке [3].

По сравнению с гостиничной сферой наша собеседница, в ходе интервью, отметила «достаточно широкий "ассортимент" квартир, домов, вилл и т.д., я даже встречала разные оригинальные варианты жилья, наподобие квартиры, но сделаны очень необычно, например домик на

дереве», а так же «уют, комфорт, как дома, ты не привязан к часам питания, как в отеле и есть возможность почувствовать себя самостоятельным, чего в отеле, на мой взгляд, практически не возможно ощутить» (Екатерина, 25 лет). Ты становишься желанным гостем и другом, а не очередным клиентом гостиницы

Использование «сетей гостеприимства» является формой социального обмена, в котором гости, не только получают вышеназванные блага, но и сами готовы сделать хозяевам что-либо в ответ. Небольшую сумму денег готовы заплатить за гостеприимство более половины респондентов (67,5% ответов), но ещё большее количество опрошенных готовы помочь людям, принимающим Вас, иным способом, не деньгами (помочь с уборкой, оказать им услуги репетитора и т.д.) – 69,9% ответов. Некоторые из ответивших готовы пригласить к себе приютивших их хозяев в ответ на радушный приём. И лишь малая доля респондентов (2,4% ответов) не собирается платить или помогать принимающей стороне.

Мы наблюдаем, процесс активной институционализации практик приёма гостей в рамках «сетей гостеприимства»: складываются правила, регулирующие взаимоотношения в рамках данного процесса, формализуются сообщества, участвующие в них, налаживаются каналы взаимодействия между членами сетей, создавая тем самым альтернативу коммерческому гостеприимству, построенную не на коммерческих интересах компаний и корпораций, а на личных интересах членов сетей.

В современной Россия практика обмена гостеприимством ещё мало известна большинству населения, и пока интересна активным жителям городов, знающих иностранный язык, пользующихся Интернетом, имеющим ресурсы для совершение путешествий. Уровень проникновение «сетей гостеприимства» в жизнь и досуг россиян является одним показателей интеграции нашего общества в глобальные процессы культурного и интеллектуального обмена. Пока этот уровень не очень высок.

Литература

1. Гански Л. Mesh-модель: Почему будущее бизнеса – в платформах совместного пользования?/ пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2011
2. Супраструктура// Секрет фирм, 2013 г., № 3 – с. 58
3. www.couchsurfing.org
4. www.russian.hospitalityclub.org
5. www.bewelcome.org
6. www.place2stay.net
7. www.flatjump.com
8. www.warmshowers.org
9. www.tejo.org
10. www.womenwelcomewomen.org.uk
11. www.lghei.org

Зерчанинова Т.Е., Шипицына Ю.М.,
г. Екатеринбург

СОЦИАЛЬНЫЙ АУДИТ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА И ДОСТУПНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ

В настоящее время в Российской Федерации реализуется третий этап административной реформы, который ориентирован на повышение качества исполнения государством своих обязанностей перед гражданами и бизнесом [1]. На федеральном уровне обозначены новые приоритеты, и одной из таких задач является повышение качества предоставления государственных и муниципальных услуг [2]. Практика реализации данной политики на региональном уровне сталкивается с проблемой оценки качества